

ANALISIS PERBEDAAN STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN ANTARA BANK PEMERINTAH DAN BANK SWASTA DI KOTAMADYA SEMARANG

KARYA TULIS UTAMA

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan
untuk mencapai derajat Magister Manajemen**



KK
MM. 15/99
Suh
a

**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

Diajukan Oleh :

S U H A R N O

049310087 / M

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
1994**

**ANALISIS PERBEDAAN STRATEGI PEMASARAN TABUNGAN
ANTARA BANK PEMERINTAH DAN BANK SWASTA
DI KODYA SEMARANG**

Diajukan oleh :

SUHARNO
NIM : 049310087/M

Telah Disetujui oleh :

Pembimbing utama,



Drs. Ec. A. Choesni Abdulkarim, MSc
NIP. 130 517 219

Tanggal : 10-3-95

Mengetahui,
Direktur Program Magister Manajemen
Universitas Airlangga



Drs. Ec. A. Choesni Abdulkarim, MSc
NIP. 130 517 219

Tanggal : 10-3-95

PERSETUJUAN KARYA TULIS UTAMA

Persetujuan terhadap Karya Tulis Utama setelah mengalami perbaikan berdasarkan masukan dalam sidang ujian yang telah dilaksanakan, dari naskah :

Nama : Drs. Suharno
NIM : 049310087/M
Telah diuji tanggal : 21 Maret 1995

Tim penguji

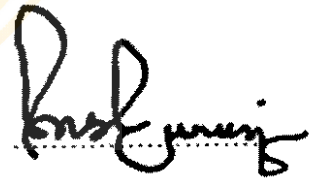
Drs. Soedjono Abipraja
Ketua/Anggota



Drs.Ec. A. Choesni Abdulkarim, M.Sc.
Sekretaris/Anggota



Drs. Ubud Salim, MA.
Anggota



Drs. S. Supoyo, Ak., FBIM
Anggota



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.

Atas dasar analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya tentang analisis strategi pemasaran tabungan antara bank pemerintah dan bank swasta di Kotamadya Semarang yang didasari oleh pengujian dengan uji statistik selisih dua proporsi untuk strategi produk, strategi harga, strategi lokasi serta strategi promosi dengan tingkat kepercayaan 5 % (= 5%) dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian adalah benar, bahwa strategi produk antara bank pemerintah dan bank swasta (berdiri sebelum tahun 1983) di Kotamadya Semarang berbeda dengan $Z_0 = -2,079$ dan $p = 0,0188$. Sehingga $Z_0 = -2,079 < -1,96$. Sedangkan untuk strategi produk antara bank pemerintah dengan bank swasta (berdiri setelah tahun 1983) di Kotamadya Semarang sama dengan $Z_0 = 0,367$ dan $p = 0,3568$. Dengan demikian $Z_0 = -1,96 < 0,367 < 1,96$.
2. Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah benar, bahwa strategi harga antara bank pemerintah dengan bank swasta (berdiri sebelum tahun 1983) berbeda dengan $Z_0 = -2,812$ dengan $p = 0,0246 < 0,05$. Dengan demikian $Z_0 = -2,812 < -1,96$. Sedangkan strategi harga untuk bank pemerintah dengan bank swasta

(berdiri setelah tahun 1983) berbeda dengan $Z_0 = -3,685$ dengan $p = 1,145 \text{ E-}04$. Dengan demikian $Z_0 = -3,685 < -1,96$.

3. Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah tidak benar, bahwa strategi lokasi antara bank pemerintah dan bank swasta di Kotamadya Semarang sama dengan $Z_0 = -0,480$ dengan $p = 0,3155$, maka $-1,96 < -0,480 < 1,96$. Strategi lokasi antara bank pemerintah dan bank swasta (berdiri setelah tahun 1983) dengan $Z_0 = -1,123$ dengan $p = 0,1308$. Perbandingan dengan nilai tabel adalah $-1,96 < -1,123 < 1,96$.
4. Hipotesis ke empat yang diajukan dalam penelitian ini adalah benar, bahwa strategi promosi antara bank pemerintah dengan bank swasta (berdiri sebelum tahun 1983) di Kotamadya Semarang adalah tidak sama, dengan nilai $Z_0 = -2,204$ dengan $p = 0,0138$. Oleh karena itu $Z_0 = -2,204 < -1,96$.

Strategi promosi antara bank pemerintah dengan bank swasta (berdiri setelah tahun 1983) di Kotamadya Semarang adalah tidak sama, dengan $Z_0 = -5,079$ dengan $p = 1,899 \text{ E-}07$, sehingga $Z_0 = -5,079 < -1,96$.

6.2 Saran.

1. Meskipun sektor perbankan di Kotamadya Semarang telah berhasil meningkatkan simpanan masyarakat, namun peningkatan itu dapat lebih ditingkatkan lagi karena adanya kondisi perekonomian yang cukup baik di sektor perdagangan, industri, transportasi serta kualitas penduduk akan peranan bank. Upaya peningkatan simpanan masyarakat tersebut dengan cara memperbaiki strategi pemasaran yang lebih baik dengan

mempertimbangkan "cost and benefit" untuk intern ataupun ekstem; misalnya dengan melalui strategi produk baru yang lebih luwes ("customised" atau sesuai dengan kebutuhan konsumen). Adanya peningkatan profesionalitas bank, baik bank pemerintah ataupun bank swasta, khusus untuk bank swasta yang berdiri setelah tahun 1983, peningkatan ini perlu dilakukan secara lebih intensif untuk mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan masyarakat akan bank tersebut.

2. Strategi harga yang diterapkan bank swasta memang akan menjadikan daya tarik bagi masyarakat untuk menyimpan, tetapi penentuan besarnya tingkat bunga yang dilakukan bank swasta harus lebih hati-hati dengan kondisi extem dan intern bank yang bersangkutan sebab bank akan membayar bunga yang besar dan dengan bunga yang besar itu akan menimbulkan kesulitan untuk meningkatkan spread untuk bunga kredit, dan akibatnya sulit untuk disalurkan dalam bentuk kredit.
3. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah atau calon nasabah untuk menabung/menyimpan uangnya di bank.
4. Semakin banyak bank yang berdiri setelah adanya deregulasi maka persaingan antara bank Pemerintah dengan Bank swasta, demikian pula antar bank swasta semakin meningkat, maka dituntut untuk lebih meningkatkan profesionalisme para pengelolanya dalam era globalisasi.